

## ABSTRAKSI

Rut Mita Sari Parapat. Nomor induk 152140089 Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. Judul penelitian Pengaruh *Country of Origin* terhadap Persepsi Kualitas dan Dampaknya pada Minat Beli (Studi pada Komunitas Honda Jazz Yogyakarta) 2019, Dosen Pembimbing I Sigit Haryono. Dan Dosen Pembimbing II Adi Soeprapto.

Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Country of Origin* terhadap Persepsi Kualitas dan dampaknya terhadap Minat Beli Tipe penelitian *Explanatory research* berjenis *Expost Facto* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan ukuran sampel 64 esponden. Responden penelitian ini adalah Komunitas Honda Jazz di Yogyakarta yang pernah mengendarai Mobil Honda Jazz. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel *Country of Origin* dan Persepsi Kualitas sebesar  $t_{hitung} 4,550 > t_{tabel} 1,669$ , ada pengaruh signifikan antara Persepsi Kualitas dan Minat Beli sebesar  $t_{hitung} 4,725 > t_{tabel} 1,669$ , dan ada pengaruh signifikan antara *Country of Origin* terhadap Minat Beli sebesar  $t_{hitung} 5,065 > t_{tabel} 1,669$ , dan ada hubungan tidak langsung *Country of Origin* terhadap Minat Beli melalui Persepsi Kualitas. Berdasarkan hasil penelitian ini pengaruh yang paling besar adalah pada *Country of Origin* terhadap Minat Beli.

Saran dari penelitian ini adalah perusahaan harus memperbanyak inovasi dalam mendesain produk. Perusahaan dapat meningkatkan Persepsi Kualitas dengan cara meningkatkan promosi penjualan mobil Honda Jazz, sehingga mereka terdorong untuk membeli.

**Kata Kunci : *Country of Origin*, Persepsi Kualitas, Minat Beli**